

UNIDAD DE TITULACIÓN



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

OPCIONES DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- Artículo académico

<https://www.uees.edu.ec/titulacion/pdf/2014/Modelo-Paper-Grado-UEES-2014-290114.pdf>

- Proyecto de facultad

<https://www.uees.edu.ec/titulacion/pdf/2018/comunicacion/Formato-de-proyectos-FCom.pdf>

- Examen complejo



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

CRONOGRAMA

Grupo I - 2022

- Entrega de decisión y tema: hasta el 27 de enero del 2022 (18h00)
- Asignación de tutor: 27 de enero al 10 de febrero del 2022
- Examen complejo: 16 al 28 de mayo del 2022
- Entrega de paper o proyecto: Hasta el 21 de abril del 2022
- Notas: Hasta el 3 de junio del 2022
- Fecha planificada para la entrega de títulos: 14 de julio del 2022



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

INSCRIPCIÓN DE TEMA

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



RÚBRICA ARTÍCULO CIENTÍFICO

Documento de evaluación con el que los revisores califican el paper académico.



CHARLA EXPLICATIVA

Cronogramas y detalles de la inscripción en el período de titulación vigente.



RÚBRICA DE PROYECTOS

Documento de evaluación para calificar los proyectos de la facultad de comunicación.



FICHA PARA PRESENTACIÓN DE TEMA

Formato para presentación del tema en la facultad.



FORMATO DE PROYECTOS DE LA FACULTAD

Estructura de los distintos tipos de proyecto de la facultad de comunicación.



- **Certificación de créditos, recibo de pago y ficha técnica.**
- **www.uees.edu.ec/titulacion**



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

¿ARTÍCULO ACADÉMICO O PROYECTO?

TESIS/ARTÍCULO CIENTÍFICO

Contexto General de Estudio

Definición del Problema

Justificación del Estudio

Objetivos e hipótesis

Marco Teórico

Metodología Investigativa

Conclusiones y Futuras líneas de Inv.

PROYECTO

Diagnóstico Inicial

Investigación de mercado

Plan estratégico

Plan de acción

Auditoría y control

Análisis Financiero

Conclusiones y Recomendaciones

DIFERENCIANDO OBJETIVOS

- Objetivos de la Tesis / Artículo Científico
 - Enfocados a resolver un problema
 - Definen la razón de ser de todo el estudio
- Objetivos de la Investigación de mercado (de un proyecto)
 - Enfocados en obtener información para elaborar un plan.
- Objetivos del Proyecto
 - Enfocados en delimitar los resultados que se quieren obtener del proyecto
 - Deben ser medibles y cuantificables en el tiempo

PROYECTOS



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

TIPOS DE PROYECTOS

PROYECTOS	CARRERAS
PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciatura en Comunicación Corporativa ▪ Licenciatura en Comunicación
PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciatura en Relaciones Públicas ▪ Licenciatura en Relaciones Públicas y Organización de Eventos
CAMPAÑA DE MARKETING ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ing. Gestión de Marketing ▪ Ing. Gestión de Marca ▪ Ing. Marketing ▪ Ing. Marketing y Publicidad
CAMPAÑA PUBLICITARIA 360°	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ing. Marketing y Publicidad ▪ Lic. Publicidad
MANUAL DE MARCA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lic. Diseño Gráfico y Comunicación Visual
DOCUMENTAL PERIODÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lic. Periodismo Internacional ▪ Lic. Periodismo Audiovisual ▪ Lic. en Producción Multimedia

RÚBRICAS

INGENIERÍA EN MARKETING – INGENIERÍA EN GESTIÓN DE MARCA
PLAN DE MARKETING

CRITERIO	NIVEL 1 (100-76)	NIVEL 2 (75-51)	NIVEL 3 (50-26)	NIVEL 4 (25-01)
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (CLARIDAD Y SIGNIFICANCIA)	LA FORMULACIÓN ES PRECISA E INCLUYE PROPOSICIONES FORMALES Y ESPECIFICACIONES PARA CONTRASTARLAS. EXISTE UNA ALINEACIÓN CLARA CON LOS OBJETIVOS. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A LA MAYOR PARTE DE LOS PÚBLICOS CLAVES.	LA FORMULACIÓN NO ES AMBIGUA, PERO LOS OBJETIVOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. SU SOLUCIÓN SERÍA DE INTERÉS A ALGUNOS PÚBLICOS CLAVE.	EL PROBLEMA DEBE SER INFERIDO DE UNA FORMULACIÓN INCOMPLETA. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A UNOS POCOS PÚBLICOS CLAVES.	FORMULACIÓN AMBIGUA, INCONSISTENTE O IRRELEVANTE PARA LA INVESTIGACIÓN. SIN FORMULACIÓN O PROBLEMA NO SIGNIFICATIVO, INSOLUBLE O TRIVIAL.
INVESTIGACIÓN CALIDAD DE INFORMACIÓN / EVIDENCIA	EL TRABAJO ES EXCEPCIONALMENTE INVESTIGADO, MUY DETALLADO CON PRUEBAS FUNDAMENTALES A PARTIR DE UNA AMPLIA VARIEDAD DE FUENTES QUE ES TODO DEBIDAMENTE CITADOS.	TRABAJO SE HA INVESTIGADO EN DETALLE CON EVIDENCIA PRECISA Y CRÍTICA CON UNA VARIEDAD DE FUENTES QUE ESTÁN DEBIDAMENTE CITADAS.	ALGUNOS ASPECTOS DEL TRABAJO QUE SE INVESTIGA CON ALGUNA EVIDENCIA PRECISA DE FUENTES LIMITADAS CON ALGUNAS CITAS.	LIMITADA INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA CON LA FALTA DE INVESTIGACIÓN, LOS DETALLES O EVIDENCIAS HISTÓRICAMENTE EXACTAS.
OBJETIVOS	LOS OBJETIVOS TIENEN TOTAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE . DA CUENTA DE QUÉ ES LO QUE SE QUIERE LOGRAR, DE MODO CLARO Y SINTÉTICO. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SON REALIZABLES, EVALUABLES Y NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.	LOS OBJETIVOS TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO, PERO NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN PARCIALMENTE ENTRE ELLOS.	LOS OBJETIVOS TIENEN PARCIAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN, PERO NO DISTINGUEN CLARAMENTE LOS OBJETIVOS PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO. SE MEZCLAN OBJETIVOS CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL NO PRESENTAN CLARA RELACIÓN.	LOS OBJETIVOS NO TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA. NO SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.

RÚBRICAS

RESULTADOS ESPERADOS	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA MINUCIOSA Y MUY RIGUROSA. HA REALIZADO UNA PRESENTACIÓN DE LOS MISMOS DE UN MODO DETALLADO, CLARO Y EXTENSO. SE RELACIONAN ESTRECHAMENTE A LOS OBJETIVOS. SON CONSECUENTES A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA CORRECTA. LA RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS SON CONSECUENTES A EN GRAN MEDIDA A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA DAN CUENTA DE UN APORTE A LA SOLUCIÓN DE UN PROBLEMA	PRESENTA RESULTADOS SIN EXPLICACIÓN. SE RELACIONAN PARCIALMENTE CON LOS OBJETIVOS. TIENEN POCAS RELACIONES CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA NO SE DISTINGUE CLARAMENTE CUÁL ES EL APORTE	NO PRESENTA CLARIDAD EN LOS RESULTADOS ALCANZADOS. LOS RESULTADOS NO TIENEN RELACIÓN CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA.
SOPORTE DE IDEAS / ANÁLISIS	CONEXIONES EXCEPCIONALMENTE CRÍTICAS, PERTINENTES Y COHERENTES REALIZADOS ENTRE LOS ARGUMENTOS, EVIDENCIAS, SUBTEMAS Y TEMA QUE MUESTRA EL EXCELENTE ANÁLISIS	-CONSTANTES CONEXIONES ENTRE LAS EVIDENCIAS REALIZADAS, SUBTEMAS, ARGUMENTOS Y TEMA MOSTRANDO UN BUEN ANÁLISIS	ALGUNAS CONEXIONES ENTRE LAS EVIDENCIAS, SUBTEMAS, ARGUMENTOS Y TEMA QUE MUESTRA EL ANÁLISIS.	LIMITADAS CONEXIONES REALIZADAS ENTRE LAS EVIDENCIAS, SUBTEMAS DE ARGUMENTOS / TEMA FALTA DE ANÁLISIS
ORGANIZACIÓN / DESARROLLO DE IDEAS	DESARROLLO EXCEPCIONALMENTE CLARO, LÓGICO, MADURO Y PROFUNDO DE SUBTEMAS QUE APOYAN LA TESIS DE TRANSICIÓN CON UNA EXCELENTE B/W PÁRRAFOS	CLARO Y LÓGICO SUBTEMA QUE APOYA LA TESIS CON BUENAS TRANSICIONES DE B/W PÁRRAFOS	DESARROLLO POCO CLARO Y LÓGICO DE SUBTEMAS, CON TRANSICIONES ADECUADAS DE B/W PÁRRAFOS	-EL TRABAJO CARECE DE DESARROLLO CLARO Y LÓGICO DE LAS IDEAS CON TRANSICIÓN DÉBIL DE IDEAS Y PÁRRAFOS
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN COHERENTE TOMANDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN Y ALCANZA MEDIANAMENTE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. POSEE TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN QUE NO VAN ALINEADOS A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. NO MUESTRA TACTICAS NI ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO NO MUESTRA EL DESARROLLO DE UN PLAN NI UNA PROPUESTA.
REDACCIÓN	EL TRABAJO ES MUY CONCISO, CLARO, COHERENTE CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	EL TRABAJO ES CLARO, SOBRE TODO CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	EL TRABAJO TIENE ALGUNOS ERRORES DE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	INCONSISTENTE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS.

RÚBRICAS

<p>DISEÑO Y CONCEPTO DE PIEZAS PUBLICITARIAS</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON SUMAMENTE CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE PERFECTAS Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN ALGO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON ALGO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE AGRADABLES Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN POCO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON POCO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON POCO AGRADABLES A LA VISTA Y TIENEN PROBLEMAS AL ELEVAR LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS NO VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. NO SON NADA CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON DESAGRADABLES AGRADABLES A LA VISTA Y NO ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO</p>
<p>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN COHERENTE TOMANDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS</p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN Y ALCANZA MEDIANAMENTE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. POSEE TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS.</p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN QUE NO VAN ALINEADOS A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. NO MUESTRA TACTICAS NI ESTRATEGIAS.</p>	<p>EL PROYECTO NO MUESTRA EL DESARROLLO DE UN PLAN NI UNA PROPUESTA.</p>

RÚBRICAS

<p>DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIONAL DE LAS PIEZAS Y MEDIOS INDIVIDUALES</p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS, ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR EXCELENTES RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR BUENOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN PARCIAL DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR MEDIANOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO NO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO. LOGRA BAJOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>
<p>PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. LA PROPUESTA CUMPLE CON TODAS LAS NECESIDADES COMUNICACIONALES</p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. SU PROPUESTA HA CUBIERTO LA MAYORIA DE NECESIDADES COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES MEDIANAMENTE TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. LA PROPUESTA CUBRE PARCIALMENTE LAS NECESIDADES COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO NO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. SU PROPUESTA ES BASICA.</p>

RÚBRICAS

PRE-PRODUCCIÓN	PROPUESTA DE TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE Y ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DEL DOCUMENTAL. ROLES DE PRODUCCIÓN.	LOS ELEMENTOS SON VISIBLES EN EL PRODUCTO FINAL PERO NO HAN SIDO ADJUNTADOS EN EL PROYECTO.	EL TRABAJO HA TRABAJADO SUPERFICIALMENTE EN SU TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE, ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DE DOCUMENTAL Y ROLES DE PRODUCCIÓN.	NO EXISTE PROPUESTA DE TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE, ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DE DOCUMENTAL Y ROLES DE PRODUCCIÓN.
PRODUCCIÓN	COMPOSICIÓN AUDIOVISUAL COHERENTE CON EL TEMA, ENTREVISTAS, ILUMINACIÓN ADECUADA, GRABACIÓN DE VIDEO EN FORMATO DE ALTA DEFINICIÓN HD.	SE CUMPLEN TODOS ESTOS ELEMENTOS MENOS UNO DE ELLOS.	SE CUMPLEN ESTOS ELEMENTOS MENOS TRES DE ELLOS	VIDEO DEFICIENTE, NO SE CUMPLE CON NINGUNA CARACTERÍSTICA.
POST-PRODUCCIÓN	MONTAJE Y SONORIZACIÓN COHERENTE CON EL TEMA DE INVESTIGACIÓN. TEXTO DE GUIÓN DE MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	FALLAS DE CONTINUIDAD, SONIDO POCO CLARO, PERO SE CUENTA CON TEXTO DE GUIÓN MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	FALLAS DE CONTINUIDAD, SONIDO POCO CLARO, ERRORES DE MONTAJE, SIN GUIÓN MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	NO SE CUMPLE CON NINGUNA CARÁCTERÍSTICA.

ESTRUCTURA BÁSICA

NOMBRE (revisar lineamientos con tutor)	TIPO
GENERALIDADES	CAPITULO 1
ESTUDIO DE MERCADO	CAPITULO 2
PLAN DE DESARROLLO	CAPITULO 3
PRESUPUESTO	CAPITULO 4
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	CAPITULO 5

ARTÍCULO ACADÉMICO



Facultad de
**Ciencias de la
Comunicación**

ESTRUCTURA BÁSICA

ÍNDICE
INTRODUCCIÓN / GENERALIDADES
MARCO TEÓRICO
METODOLOGÍA Y MÉTODOS
DISCUSIÓN DE RESULTADOS
CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN



GENERALIDADES / CONTEXTO

- Introducción
- Problemática
- Justificación
- Objetivos del estudio

INTRODUCCIÓN

- Origen del estudio
- Ideas principales que se desarrollaron en el trabajo
- Procedimiento
- Limitaciones

EL PROBLEMA

- El éxito de la investigación depende en gran medida en que este apartado este definido adecuadamente.
- Plantear problemas demasiado genéricos origina que el investigador se pierda en datos sin poder llegar a conclusiones específicos y al ser este uno de los primeros aspectos a desarrollar debe tenerse claridad con respecto a su definición pues este va a establecer la dirección del estudio que vayas a emprender.
- Diversos autores proponen diferentes elementos para elaborar un planteamiento.

EL PROBLEMA - ELEMENTOS



EL PROBLEMA

- Implica conocimientos más o menos adecuado a la realidad. Cuando se describe un problema se hace ambientación de todas aquellas características que se presentan inicialmente en el tratamiento del problema y a partir del cual se formularon hipótesis, variables, formulación del problema y respaldo teórico.
- Cuando el investigador describe un problema, presenta los antecedentes de estudio, las teorías en las que se basó y los supuestos básicos en los que se apoya el enunciado del problema.

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

- Es argumentar las razones por las que se debe hacer esa investigación.
- Las razones pueden ser:
 - académicas
 - sociales
- Las razones académicas son prioritarias.

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

- Las razones académicas pueden ser:
 - Vacío, o
 - Insuficiencia, o
 - Deficiencia de conocimiento científico.

- Las razones sociales pueden ser:
 - Magnitud
 - Trascendencia

OBJETIVOS

- Son los resultados que se desea obtener como producto de la investigación.
- Pueden ser de carácter académico y/o de carácter práctico.

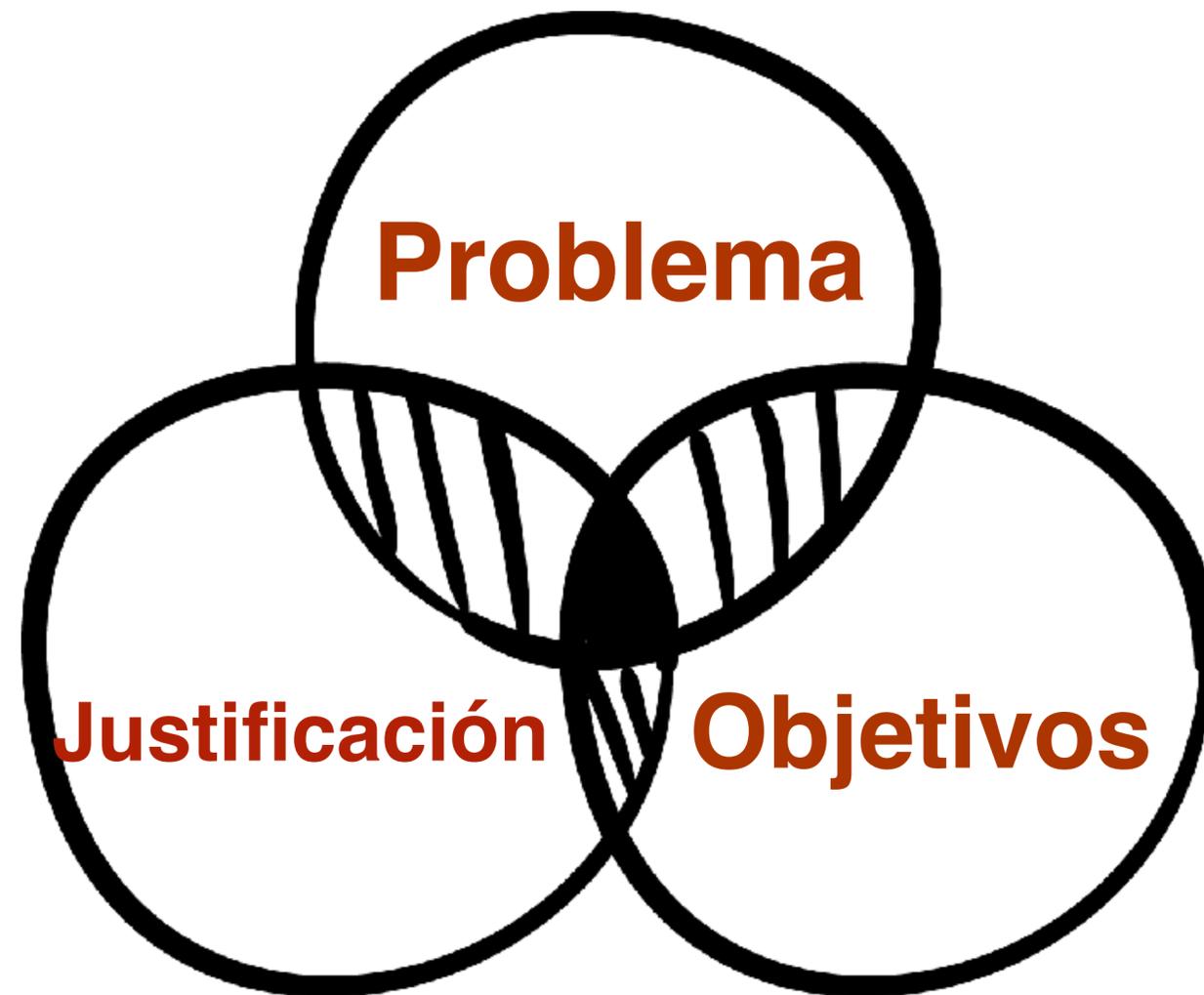
OBJETIVOS

- Los objetivos académicos pueden ser:
 - generales (globales)
 - específicos (parciales)
- Los objetivos prácticos son de acción o programáticos.
- En una investigación científica los objetivos prioritarios son los académicos.

OBJETIVOS

- Las reglas para redactar objetivos son:
 - Redactar de manera directa, sin explicaciones previas.
 - Usar como primera palabra para cada objetivo académico un verbo de conocimiento en infinitivo.
 - Si son varios, presentarlos en secuencia lógica.

Triángulo Básico del Proyecto de Investigación Científica



METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Forma común de clasificación por dimensión cronológica:
 - Investigación de cosas pasadas - histórica
 - Investigación de cosas del presente - descriptiva
 - Investigación de lo que puede suceder - experimental

METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Investigación exploratoria: para examinar un tema poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Aumenta el grado de familiaridad con fenómenos desconocidos.
- Investigación documental: análisis de la información escrita sobre un tema, con el fin de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema de estudio.
- Investigación de campo: o directa. Es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio.



METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Investigación mixta: documental + investigación de campo.
- Investigación correlacional: muestra o examina la relación entre variables o resultados de variables, estableciendo asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro.
- Estudio de caso: se usa cuando se requiere investigar una unidad o caso de un universo poblacional y cuyo propósito es hacer un análisis específico de esa unidad.

METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Investigación básica: pura o fundamental. Busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos sin interesarse en sus aplicaciones o consecuencias prácticas. Persigue el aporte a teorías basadas en principios o leyes.
- Investigación aplicada: guarda relación con la básica y tiene interés en la aplicación , uso y consecuencias prácticas de los conocimientos.
- Investigación analítica: es un procedimiento más complejo que la investigación descriptiva y consiste en establecer comparación de variables entre grupos de estudio y de control. Maneja las hipótesis para probar o invalidar una teoría.

METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Inductivo: de lo particular a lo general.
- Deductivo: de lo general a lo particular.
- Inductivo-deductivo
- Hipotético-deductivo
- Analítico: descomposición
- Sintético: integración

METODOLOGÍAS Y MÉTODOS

- Analítico-sintético
- Histórico-comparativo
- Cuantitativo (tradicional)
- Cualitativo (casos específicos)
- Comparativo: similitudes léxicas y fonética.

HIPÓTESIS

- Las hipótesis son las preguntas que se hace el investigador sobre el tema por indagar.
- Las hipótesis son respuestas tentativas al problema de investigación.
- Consiste en una aseveración que puede validarse estadísticamente.

HIPÓTESIS - CLASIFICACIÓN

- Direccional
- Nula
- Alternativa

MARCO TEÓRICO

Es el producto de una sistematización de los conceptos, leyes, teorías, enfoques directa o indirectamente relacionados con el problema planteado.



MARCO TEÓRICO

- Sirve para:
 - Explicar el sentido en que se entenderán los conceptos que se usarán.
 - Prevenir errores ya cometidos.
 - Ampliar el horizonte.
 - Centrar el trabajo.
 - Elaborar hipótesis.
 - Interpretar los resultados.

MARCO TEÓRICO

- Etapas de su elaboración:
 - Revisión de la literatura.
 - Adoptar una teoría o crear una perspectiva propia.

MARCO TEÓRICO

FASE EXPLICATIVA: permite configurar su marco teórico: una creación propia, producto de la integración de definiciones y teorías en un esquema que responde a la lógica del investigador y se convierte en el soporte de todo el estudio.

FASE COMPARATIVA: permite al investigador contrastar la información que va obteniendo.

FASE ANALÍTICA: permite criticar y juzgar acerca de la pertinencia de los conceptos e informaciones encontradas con respecto a su trabajo.

MARCO TEÓRICO - CONTENIDOS COMUNES

- La definición y comprensión del evento o eventos de estudio (fundamentación conceptual)
- El desarrollo de la teoría o sistema teórico que permite comprender y sustentar la investigación (fundamentación teórica)
- Datos e información ampliada acerca de las necesidades que originaron la investigación (antecedentes o fundamentación contextual-situacional)



MARCO TEÓRICO - CONTENIDOS COMUNES

- Reseñas de investigaciones anteriores relacionadas con el problema (fundamentación referencial)
- Reseña histórica y cultural que delimita y describe el contexto en el cual se desarrolla el estudio (fundamentación histórica)
- El contexto legal relacionado con el tema, según la normatividad del país, región o institución en los cuales se lleva a cabo la investigación (fundamentación legal)



MARCO TEÓRICO - CONSTRUCCIÓN

El punto de vista particular del investigador, que consiste en las diferentes interpretaciones (valores, intereses, ideología, preferencias) que se tiene en un momento determinado de la realidad.

De los datos e informes que se obtienen del conocimiento empírico sobre un problema específico.

Los aportes de la teorías aprendidas, de la revisión de la literatura que existe sobre el tema en cuestión (elementos teóricos, categorías y conceptos generales o específicos)

FRAUDE O PLAGIO

- Autoría ficticia
- Auto plagio por duplicación
- Autoría por pago
- Citación incorrecta
- Citación omitida
- Plagio voluntario, deliberado o intencional
- Plagio Collage
 - Entre otras

